



# Navigating the infodemic

„Landkarte“  
Wissenschaftskommunikation

Dr. Nicola Schuldt-Baumgart  
ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung

Darmstädter Tage der Transformation  
Darmstadt, 17. März 2021

# Was ist eigentlich Wissenschaftskommunikation?

- Keine einheitliche Definition
- Unterschiedliche Perspektiven
- Heterogene Akteure
- Hohe Dynamik



# Ein Definitionsversuch

„Wissenschaftskommunikation umfasst alle Aspekte der Kommunikation wissenschaftlicher Arbeit und wissenschaftlicher Ergebnisse, sowohl innerhalb der Wissenschaft als auch bei der Kommunikation zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit.“<sup>1</sup>

1: <https://de.wikipedia.org/wiki/Wissenschaftskommunikation>

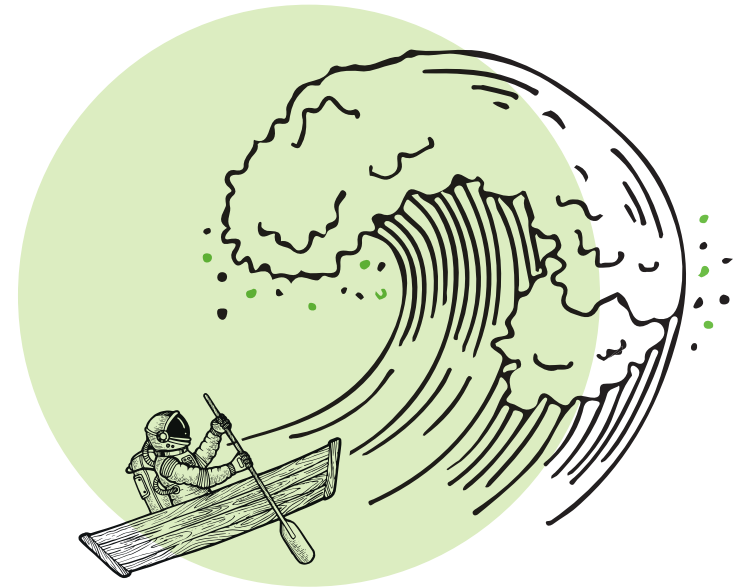
*„I've got a message“*



# Aktuelle Herausforderungen

- Wissenschaft und Gesellschaft
  - Selbstaufklärung Gesellschaft
  - Nützlichkeit
  - Impact
- Medienlandschaft
- Gesellschaftlicher Diskurs
- Mediennutzung
- Gespräche statt Botschaften
- Bild, Video, Audio

„Don't panic“



# Infodemic

„Mit dem Auftreten und der Ausbreitung von COVID-19 bekämpfen wir nicht nur eine Epidemie; wir bekämpfen eine Infodemie“, sagte WHO Director-General Tedros Adhanom Ghebreyesus.

- Zugang zu evidenzbasierten, vertrauenswürdigen Informationen
- Unabhängige Berichterstattung
- Strategie gegen „misinformation“

„Wissenschaft im Brennpunkt“



# Neue Herausforderungen

„Wissenschaftler\*innen sowie wissenschaftliche Einrichtungen sind gefordert, Wissen von hoher Komplexität zu kommunizieren, das sich zugleich in einem offenen und pluralen wissenschaftlichen Diskurs behaupten muss und grundsätzlich revidierbar ist.

Dabei trifft Wissenschaft auf eine Öffentlichkeit, die wissenschaftliches Wissen selektiv und aus unterschiedlichen Perspektiven heraus rezipiert sowie teilweise der Wissenschaft – wie auch anderen „Eliten“ – mit Skepsis begegnet.“<sup>2</sup>

2: [www.wissenschaftsrat.de/download/2021/hginfo\\_0221\\_Covid19.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/hginfo_0221_Covid19.pdf?__blob=publicationFile&v=2)

*„Pluraler Diskurs“*



# Wissenschaft in der Öffentlichkeit

- Digitales Zeitalter: Bürger\*innen können nahezu „live“ dabei zusehen, wie Forschung funktioniert.
- Personalisierung von Wissenschaft: Wissenschaftler\*innen, die beispielsweise über Blogs, Podcasts oder Twitter regelmäßig kommunizieren.

„Neue Sichtbarkeit“



# Navigating the Infodemic

- Vertrauen als zentrale Währung
- Integrität, Expertise und Gemeinwohlorientierung von Wissenschaft und Wissenschaftler\*innen
- Aktive Dialogbereitschaft
- Offener Umgang mit Nichtwissen
- Transparenz der Forschung

„Orientierung finden“





# Grenzen

- Die Vielstimmigkeit von Wissenschaft
- Vielzahl an Berührungspunkten zwischen Wissenschaft und Gesellschaft
- Medial vermittelter Diskurs mit seiner Eigenlogik
- Offene Diffamierungen von Wissenschaftler\*innen und Dialogbereitschaft von Wissenschaft und Wissenschaftler\*innen
- „Expert\*innen“ argumentieren regelmäßig gegen wissenschaftlich begründete Maßnahmen

*„Nicht alles ist möglich“*



# Neues Kommunikationsverständnis

- Unterstützungsstrukturen einrichten in und für wissenschaftliche Einrichtungen
- Freiräume und Strukturen, die das Engagement von Wissenschaftler\*innen in der Öffentlichkeitsarbeit anerkennen
- Verbesserung der Situation von Wissenschaftsjournalist\*innen
- Wissenschaft muss ihre traditionelle Rolle als Instrument der Selbstaufklärung von Gesellschaft neu erfinden und konsequent beanspruchen
- Wissenschaft muss aktiv dagegen arbeiten, von Dritten funktionalisiert zu werden

*„Escape from the ivory tower“*



Danke für Ihr Interesse.

**Dr. Nicola Schuldt-Baumgart**

**Tel. +49 69 707 69 19-30**

**schuldt-baumgart@isoe.de**

**ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung**

Hamburger Allee 45, 60486 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 707 69 19-0

**info@isoe.de**

**www.isoe.de**



**Bildnachweis**

stock.adobe.com: Alexander Pokusay (Titel, 3–8, 10–11); Raman Maisei (8); toricheks (9); Fandorina Liza (10);  
iStockphoto.com: ONYXprj (4); Sonstige: Facebook, twitter (7)